

This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**



日本国特許庁
JAPAN PATENT OFFICE

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出願年月日

Date of Application:

2001年 5月21日

出願番号

Application Number:

特願2001-151504

出願人

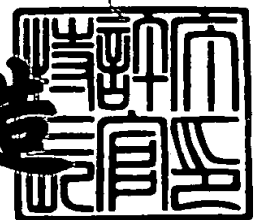
Applicant(s):

株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーションズ

2001年 6月 5日

特許庁長官
Commissioner,
Japan Patent Office

及川耕造



出証番号 出証特2001-3052620

【書類名】 特許願

【整理番号】 SCEI01022

【提出日】 平成13年 5月21日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G06F 3/14
G06F 12/00
G06F 17/60
G09F 27/00

【発明の名称】 広告供給システム

【請求項の数】 10

【発明者】
【住所又は居所】 東京都新宿区市谷本村町1番1号 住友市ヶ谷ビル10
F 株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーション
ズ内

【氏名】 天野 高章

【発明者】
【住所又は居所】 東京都新宿区市谷本村町1番1号 住友市ヶ谷ビル10
F 株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーション
ズ内

【氏名】 前田 義治

【特許出願人】
【識別番号】 395015319

【氏名又は名称】 株式会社 ソニー・コンピュータエンタテインメント

【特許出願人】
【識別番号】 391027310

【氏名又は名称】 株式会社 ソニー・ミュージックコミュニケーションズ

【代理人】
【識別番号】 100084032

【弁理士】

【氏名又は名称】 三品 岩男

【電話番号】 045(316)3711

【選任した代理人】

【識別番号】 100087170

【弁理士】

【氏名又は名称】 富田 和子

【電話番号】 045(316)3711

【先の出願に基づく優先権主張】

【出願番号】 特願2000-153230

【出願日】 平成12年 5月24日

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 011992

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9912211

【包括委任状番号】 0011073

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 広告供給システム

【特許請求の範囲】

【請求項 1】

コンピュータネットワークで結ばれた端末装置に、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを広告情報とともに表示する広告供給システムであって、

顧客の識別情報と、顧客が保有するポイント度数とを関連付けて記憶する記憶手段と、

顧客の端末装置から顧客の識別情報を受付ける手段と、

受付けた顧客の識別情報に関連付けられている保有ポイント度数を、前記記憶手段から取得する手段と、

取得した保有ポイント度数に基づいて、広告情報とともに表示すべきポイント度数を決定する表示ポイント度数決定手段とを備えることを特徴とする広告供給システム。

【請求項 2】

請求項 1 記載の広告供給システムであって、

前記表示ポイント度数決定手段は、保有ポイント度数と表示ポイント度数との関係について、あらかじめ定められた規則を参照して、表示すべきポイントの度数を決定することを特徴とする広告供給システム。

【請求項 3】

請求項 2 記載の広告供給システムであって、

前記規則は、顧客が保有するポイント度数が大きくなるのにしたがって、表示するポイント度数は小さくなるように定められていることを特徴とする広告供給システム。

【請求項 4】

請求項 1 ～ 3 のいずれか一項記載の広告供給システムであって、

表示するポイント度数の最小値は 0 であることを特徴とする広告供給システム

【請求項 5】

コンピュータネットワークで結ばれた端末装置に、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを広告情報とともに表示する広告供給システムであって、

顧客の識別情報と、顧客に関する個人情報とを関連付けて記憶する記憶手段と

顧客の端末装置から顧客の識別情報を受付ける手段と、

受付けた顧客の識別情報に関連付けられている顧客に関する個人情報を、前記記憶手段から取得する手段と、

取得した顧客に関する個人情報に基づいて、広告情報とともに表示すべきポイント度数を決定する表示ポイント度数決定手段とを備えることを特徴とする広告供給システム。

【請求項 6】

請求項 5 記載の広告供給システムであって、

前記顧客に関する個人情報は、顧客の性別、年齢、嗜好の少なくとも一つについての情報であることを特徴とする広告供給システム。

【請求項 7】

請求項 1 ～ 6 のいずれか 1 項記載の広告供給システムであって、

表示可能なポイント度数の種類があらかじめ定まっており、

前記表示ポイント度数決定手段が決定する表示ポイント度数は、前記表示可能なポイント度数の種類の中から選択されることを特徴とする広告供給システム。

【請求項 8】

コンピュータネットワークで結ばれた端末装置に、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを広告情報とともに表示する広告供給システムとしてコンピュータを機能させるプログラムであって、

顧客の識別情報と、顧客が保有するポイント度数とを関連付けて記憶手段に記憶する処理と、

顧客の端末装置から顧客の識別情報を受付ける処理と、

受付けた顧客の識別情報に関連付けられている保有ポイント度数を、前記記憶手段から取得する処理と、

取得した保有ポイント度数に基づいて、広告情報とともに表示すべきポイント

度数を決定する表示ポイント度数決定処理とをコンピュータに実行させることを特徴とするプログラム。

【請求項 9】

コンピュータネットワークで結ばれた端末装置に、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを広告情報とともに表示する広告供給システムとしてコンピュータを機能させるプログラムであって、

顧客の識別情報と、顧客に関する個人情報とを関連付けて記憶手段に記憶する処理と、

顧客の端末装置から顧客の識別情報を受付ける処理と、

受付けた顧客の識別情報に関連付けられている顧客に関する個人情報を、前記記憶手段から取得する処理と、

取得した顧客に関する個人情報に基づいて、広告情報とともに表示すべきポイント度数を決定する表示ポイント度数決定処理とをコンピュータに実行させることを特徴とするプログラム。

【請求項 10】

請求項 8 または 9 に記載のプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、ネットワークを介して広告情報を供給するシステムに係り、特に、広告情報とともに広告閲覧のインセンティブとなるポイントを表示する広告供給システムに関する。

【0002】

【従来の技術】

近年のコンピュータネットワークの普及により、Web ページは重要な広告媒体となっている。Web ページの開設者はスポンサーを募り、そのスポンサーに関するバナー広告と呼ばれる広告を Web ページに掲載することがよく行われている。

【0003】

バナー広告は、ユーザがクリックすることで、スポンサーのWebサイトに移動し、スポンサーに関する情報を表示させる広告効果を有しているため、スポンサーは、ユーザのクリックを増やそうと種々の施策を講じている。

【0004】

その施策の一つとしてバナー広告をクリックしたユーザにポイントを付与することが行われている。ユーザはこのポイントを集めることにより所定のサービスを受けることができるため、積極的にバナー広告をクリックすることが期待される。

【0005】

【発明が解決しようとする課題】

しかしながら、ポイント獲得を目的に同一ユーザが何度もバナー広告をクリックすると、そのユーザに対しては、ほとんど広告効果がないにもかかわらず、ポイントを付与することになる。表示するポイントはあらかじめ総数が定められているのが普通であるため、特定のユーザにポイントが偏ってしまうおそれがある。

【0006】

一方、バナー広告をクリックしたことによって付与するポイントは、全ユーザに対して一律であり、これでは特定の層のユーザに対してサイトを訪れさせたい場合などの、ユーザの嗜好、属性等に応じた効果的な広告展開は困難である。

【0007】

本発明の目的は、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを、より広いユーザを対象に付与する技術を提供することにある。

【0008】

また、本発明の別目的は、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを、より効果的に表示し、広告効果を高める技術を提供することにある。

【0009】

【課題を解決するための手段】

上記課題を解決するため、本発明によれば、コンピュータネットワークで結ば

れた端末装置に、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを広告情報とともに表示する広告供給システムであって、顧客の識別情報と、顧客が保有するポイント度数とを関連付けて記憶する記憶手段と、顧客の端末装置から顧客の識別情報を受付ける手段と、受付けた顧客の識別情報に関連付けられている保有ポイント度数を、前記記憶手段から取得する手段と、取得した保有ポイント度数から、広告情報とともに表示すべきポイント度数を決定する表示ポイント度数決定手段とを備える広告供給システムが提供される。

【 0 0 1 0 】

また、本発明によれば、コンピュータネットワークで結ばれた端末装置に、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを広告情報とともに表示する広告供給システムであって、顧客の識別情報と、顧客に関する個人情報とを関連付けて記憶する記憶手段と、顧客の端末装置から顧客の識別情報を受付ける手段と、受付けた顧客の識別情報に関連付けられている顧客に関する個人情報を、前記記憶手段から取得する手段と、取得した顧客に関する個人情報から、広告情報とともに表示すべきポイント度数を決定する表示ポイント度数決定手段とを備える広告供給システムが提供される。

【 0 0 1 1 】

【発明の実施の形態】

本発明の実施の形態について図面を参照して詳細に説明する。

【 0 0 1 2 】

(実施の形態の概要)

本実施の形態には、広告スペース提供者と、広告スポンサーと、ユーザとが登場する。広告スペース提供者は、コンピュータネットワーク、例えば、インターネット上にWebサイトを開設しており、このWebサイトで表示されるWebページ内のいくつかの領域を広告スペースとして提供している。広告スポンサーは、広告スペース提供者が開設しているWebサイトに出資しており、Webページに広告を掲載している。そして、ユーザは、広告スペース提供者が開設しているWebサイトで表示されるWebページの閲覧者である。なお、ユーザは基本的に不特定多数のインターネット利用者が該当し得るが、特定のユーザ、例え

ば、所定の登録を済ませているユーザ等を意味するときは、その旨を明記して記載する。

【0013】

本実施の形態において、広告スペース提供者が開設しているWebサイトの概要について説明する。本Webサイトは、例えば、エンタテインメントを目的とした種々のコンテンツ、例えば、ゲーム、製品情報等を総合的に提供するサイトとすることができる。

【0014】

また、本Webサイトではいわゆるショッピングモールを開設している。このショッピングモールで、ユーザは、例えば、広告スペース提供者が取り扱っている商品をオンラインで購入することができる。

【0015】

広告スポンサーは、広告スペース提供者に出資し、広告スペース提供者が開設するWebサイトで表示されるWebページの一部に、いわゆるバナー広告と呼ばれる、主として矩形状の画像からなる広告を掲載する。また、出資の一部はインセンティブポイント（以下単に「ポイント」と称す）の提供に充当される。

【0016】

このポイントは、Webページ上において、そのポイントを提供した広告スポンサーのバナー広告に表示される場合がある。ユーザは、ポイントが表示されたバナー広告をクリックすることにより、表示されたポイントを獲得することができる。ポイントを獲得したユーザは、広告スペース提供者が提供するWebサイト内のショッピングモールで、ポイントを使用することにより、商品等をディスカウントした価格で購入することができる。

【0017】

すなわち、ポイントは1ポイントにつきx円といった割合で金額に換算することができる。ここで、スポンサーの出資額がy円で、そのうちの所定の割合であるz円分がポイントの提供に充当されるものとする。このときスポンサーが提供できる総ポイント数は、 z/x ポイントということになる。

【0018】

一方、購入者であるユーザは、商品購入時に β ポイントを利用することにより、購入代金を $\beta \times x$ 円ディスカウントした価格で購入することができる。そして、この割引額である $\beta \times x$ 円は、スポンサーの出資に基づいていることになる。

【0019】

このような、ポイントを用いることにより、販売店の負担が少なく、広告効果の高い、新しいサービス形態を提供することができる。

【0020】

(実施の形態の構成)

本実施の形態の全体構成を、図1に示したブロック図を用いて説明する。本図において、広告スペース提供者が運営するサーバシステム10と、ユーザが利用可能な不特定多数の端末コンピュータ30とがコンピュータネットワーク、例えば、インターネット40を介して接続されている。

【0021】

端末コンピュータ30は、パーソナルコンピュータ、エンタテインメント装置等のインターネット接続可能な情報処理装置を用いることができる。端末コンピュータ30は、CRT装置、液晶装置、あるいはTV受信装置等の表示装置と、キーボード、コントローラ等の入力装置とを備えるものとする。ユーザは、端末コンピュータ30で、ブラウザと呼ばれるアプリケーションソフトウェア等を利用して、サーバシステム10にアクセスすることができる。

【0022】

図2は、サーバシステム10の機能構成を説明するためのブロック図である。サーバシステム10は、CPU、主記憶装置等を備えるサーバコンピュータを用いることができる。

【0023】

本図においてサーバシステム10は、Web制御部11と、ユーザデータ管理部12と、入出力制御部13と、ポイント生成部14とを備えている。これらの機能部は、主としてサーバシステム10を制御するCPU等が、主記憶装置に格納したコンピュータプログラムを実行することにより実現される。このようなコンピュータプログラムは、CD-ROM等の可搬型の記憶媒体に記録して流通さ

せることができる。

【0024】

Web制御部11は、サーバシステム10の各機能部の制御を、あらかじめ定められたコンピュータプログラム等にしたがって行なう。

【0025】

ユーザデータ管理部12は、後述するポイント管理ファイル21とユーザ登録情報ファイル22とを用いて、登録ユーザについての情報を管理する。ユーザデータ管理部12は、例えば、ユーザIDをキーとしてポイント管理ファイル21あるいはユーザ登録情報ファイル22のユーザの個人情報を抽出したり、ユーザがポイントを獲得した場合には、その情報をポイント管理ファイル21に書きこむ等の処理を行なう。

【0026】

入出力制御部13は、インターネット40を介した情報の送受信を制御するためのインタフェースである。

【0027】

ポイント生成部14は、Webページ上に表示するポイントを作成する。

【0028】

さらに、サーバシステム10は、ハードディスク等から構成される記憶装置を備えている。そして、図2に示すように、ポイント管理ファイル21と、ユーザ登録情報ファイル22と、ポイントバナー広告ファイル23と、ノーマルバナー広告ファイル24と、ショッピングモール情報ファイル25と、コンテンツファイル26と、直近ログファイル27と、スポンサーポイント管理ファイル28と、アクセス管理用ファイル29とを記憶している。

【0029】

ポイント管理ファイル21は、ユーザデータ管理部12により管理されるファイルで、ユーザが獲得したポイントに関するポイントデータ210と、そのポイントを提供したスポンサーを識別するための情報等とが関連付けられた獲得ポイントデータ210を格納する。

【0030】

図13は、獲得ポイントデータ210の構成の一例を示す図である。本図において獲得ポイントデータ210は、ポイント数211と、そのポイントを提供したスポンサーの識別情報であるスポンサーID212と、そのポイントが表示されたバナー広告の識別情報であるバナー広告ID213と、そのポイントを獲得したユーザの識別情報であるユーザID214と、ポイント獲得日215と、ポイント有効期限216とから構成される。

【0031】

ユーザ登録情報ファイル22は、ユーザデータ管理部12により管理されるファイルで、登録ユーザのユーザIDとパスワード等とが関連付けられた登録ユーザデータ220を格納する。

【0032】

図3は、登録ユーザデータ220の構成の一例を示す図である。本図において、登録ユーザデータ220は、ユーザID221と、パスワード222と、メールアドレス223と、住所224と、クレジットカード情報225と、性別226と、年齢227と、嗜好228とから構成される。嗜好228としては、例えば、趣味の対象、購読雑誌等の情報がある。これらのデータは、例えば、ユーザ登録手続において、ユーザに対して入力进行を促し、受付けたデータをユーザデータ管理部12が記録する。

【0033】

サーバシステム10のユーザデータ管理部12は、ユーザから受付けたユーザIDをキーに、ユーザ登録情報ファイル22から登録ユーザデータ220を抽出する。そして、ユーザから受付けたパスワードと抽出された登録ユーザデータ220に記録されたパスワード222とを照合し、登録ユーザの認証处理を行う。

【0034】

ポイントバナー広告ファイル23は、広告スポンサーのポイント付きバナー広告を生成するためのイメージデータ等を格納する。格納された各イメージデータは、データIDあるいはデータ名等で識別することができる。このイメージデータにより生成されるバナー広告には、ポイントを表示するためのエリアあるいはポイントが表示されたエリアが設けられている。

【0035】

ノーマルバナー広告ファイル24は、広告スポンサーの通常のパナー広告を生成するためのイメージデータを格納する。このパナー広告には、ポイントを表示するためのエリア等が設けられていない。格納された各イメージデータは、データIDあるいはデータ名等で識別することができる。

【0036】

ショッピングモール情報ファイル25は、ショッピングモールを構成するWebページを生成するためのデータ等を格納する。

【0037】

コンテンツファイル26は、本Webサイトで提供する情報、ゲーム等のコンテンツを提供するWebページを生成するためのデータ、プログラム等を格納する。

【0038】

直近ログファイル27は、あらかじめ定めた期間内、例えば24時間内に本サイトにアクセスしたユーザのユーザIDとアクセス日時とを記録した直近ログデータ270を格納する。

【0039】

図4は、直近ログデータ270の構成の一例を示す図である。本図において、直近ログデータ270は、アクセスしたユーザのユーザID271、アクセス日時272とから構成される。

【0040】

スポンサーポイント管理ファイル28は、ポイント生成部14により管理されるファイルで、ポイントを提供するスポンサーがポイントを管理するために用いられる。本ファイルは、広告スポンサーが提供するポイントに関するスポンサーポイント管理データ280を格納する。

【0041】

図5は、スポンサーポイント管理データ280の構成の一例を示す図である。本図において、スポンサーポイント管理データ280は、本データを管理するスポンサーを識別するための情報であるスポンサーID281と、ポイントを表示

するバナー広告を識別するための情報であるバナーID 282と、バナー名称 283と、表示するバナー広告を生成するためのデータ名（ファイル名）に関するバナーデータ名 284と、表示するポイントの度数と出現回数との関係等を定める情報であるポイント配分 285と、ポイントの出現期間を定める情報である出現期間 286と、ポイントを集中的に表示させる期間を定める情報である集中出現期間 287と、ポイントの有効期限を定める情報である有効期限 288と、ポイントを表示させるユーザ層についての情報であるユーザ情報 289とから構成される。

【0042】

アクセス管理用ファイル 29は、本サイトの1日あたりのアクセス数の履歴等のアクセス状況を格納する。

【0043】

以上、サーバシステム 10の構成について説明したが、サーバシステム 10は、このような構成に限定されるわけではない。サーバシステム 10は、単一のコンピュータシステムのみならず複数のコンピュータシステムを用いて構成することができる。特に記憶装置においては、万一のデータ損失あるいはサーバのダウンに備えて、いわゆるミラーリングを行い、複数の記憶装置を分散して設けることが望ましい。

【0044】

（サイトマップ）

次に、広告スペース提供者が開設するWebサイトにおけるWebページの遷移の概要について、図6に示したサイトマップを参照して説明する。

【0045】

Web制御部 11は、本Webサイトの入口ページ 310で、ユーザIDおよびパスワードの入力を促す。そして、ユーザIDとパスワードとを受付けると、ユーザデータ管理部 12が、ユーザ登録情報ファイル 22を参照して認証処理を行う。その結果、登録ユーザとして認証されるとWebサイトで提供するコンテンツの選択を促すメニューページを表示させる。

【0046】

Web制御部11は、メニューページの表示に先立ち、あらかじめ定められた切り分け条件のもとに、ポイント付与の対象となるユーザと、ポイント付与非対象となるユーザとの切り分け処理を行う。

【0047】

そして、ポイント対象ユーザに切り分けられたユーザに対しては、さらに表示するポイントを算出する処理を行った後、ポイント対象ユーザとなったことを通知するページ320を表示してから、ポイントが付されたバナー広告を含むメニューページ340を表示する。なお、ポイントは、そのポイントを提供した広告スポンサーに関するバナー広告内に表示される。

【0048】

一方、ポイント非対象ユーザに切り分けられたユーザに対しては、ポイント非対象ユーザとなったことを通知するページ330を表示してから、ポイントが付されないバナー広告が含まれるメニューページ350を表示する。

【0049】

ポイント対象ユーザは、ポイントが付されたバナー広告をクリックすることにより、バナー広告に表示されたポイントを獲得することができる。そして、いずれのメニューページにおいても、バナー広告のクリックを受け付けると、バナー広告に示された広告スポンサーのWebページ410等に移動する。

【0050】

広告スペース提供者は、本Webサイトで、いわゆるショッピングモールを開設している。ユーザは、メニューページ340、350のいずれにおいても、ショッピングボタンをクリックすることにより、ショッピングモール入口ページ400を表示させることができる。そして、ショッピングモール内で、所望の商品を指定して、購入手続を行うことができる。

【0051】

ユーザは購入に際して、獲得済みのポイントを利用することにより、利用ポイントに応じて購入代金を割り引くディスカウントサービスを受けることができる。そして、Web制御部11は、ユーザからポイントを利用した購入指示を受付けると、そのポイントを提供した広告スポンサー名等を表示したThanks画

面360を、そのユーザの利用する端末コンピュータ30の表示装置に表示させる。

【0052】

(ポイント管理処理)

次に、本Webサイトで提供されるポイントの管理方法について説明する。ポイントは前述のように、広告スポンサーの出資に基づいている。そして、バナー広告に表示されるポイントには、1ポイント、5ポイント、10ポイント等種々の度数を設定することができ、それぞれの度数に対する出現状況は広告スポンサーがコントロールすることが可能である。

【0053】

すなわち、本Webサイトに表示されるポイントの度数は可変であり、広告スポンサーは、バナー広告に表示させるポイントの度数と頻度、時期的な変動、ポイントの有効期限、ポイントを付与するユーザ層等について設定することができる。これにより、例えば、人的、時期的に対象を絞った広告戦略を効果的に行うこと等が可能となる。

【0054】

図5に示した、スポンサーポイント管理データ280について、さらに詳しく説明する。スポンサーID281はバナー広告のスポンサーを識別するための情報である。バナーID282とバナー名称283とはバナー広告を識別するための情報である。バナーデータ名284はバナー広告を生成するイメージデータを特定するための情報である。

【0055】

以上の情報は主としてバナー広告の特定等の管理的な目的に使用される情報である。以下に示すポイント配分285と出現期間286と集中出現期間287と有効期限288とユーザ情報289とは主として表示させるポイントを制御する目的に使用される情報である。広告スポンサーは、後述するように、自らの出資に基づくバナー広告についてのこれらの情報をオンライン等により確認することができ、一部の情報については設定管理をすることができる。これらの情報の内容と設定とについて説明する。

【0056】

ポイント配分 285 は、ポイント総数 2851、ポイント配分表 2852 およびポイント残数 2853 をさらに含む。

【0057】

ポイント総数 2851 は、バナー広告で表示可能なポイントの総数で、広告スポンサーの出資額に応じて定まる。このため、本項目は、広告スポンサーが出資額を、例えば、インターネット 40 を介してサーバシステム 10 に通知した際に、ポイント数に変換されて設定されるようにする。そして、その後は、広告スポンサーが自由に値を変えることはできないようにする。

【0058】

ポイント配分表 2852 は、配分表に示された度数 28521 のポイントについて、それぞれの出現回数 28522 と、出現済み回数 28523 とを示す情報である。

【0059】

本表において度数 28521 は、出現可能なポイントの度数を設定する項目で、例えば 0、1、5、10 等とすることができる。これらの度数は、あらかじめ固定の値を設定しておいてもよいし、広告スポンサーが自由に設定できるようにしてもよい。また、一部の度数については固定し、その他の度数については広告スポンサーが自由に設定できるようにすることもできる。

【0060】

本表において出現回数 28522 は、それぞれの度数のポイントが何回出現するかを設定する項目である。本項目は、延べ度数がポイント総数を超えない範囲で、広告スポンサーが自由に設定することができる。なお、本項目は、それぞれのポイントの出現割合を用いて設定するようにしてもよい。

【0061】

本表において出現済み 28523 は、それぞれの度数のポイントが何回出現したかを表示する項目である。このため、本項目は、ポイント生成部 14 が、出現させたポイントに応じて更新するため、広告スポンサーが値を変えることはできないようにする。

【0062】

本表においてポイント残数2853は、ポイント総数から出現済みのポイント数を引いた値である。本値が0となると、バナー広告にポイントが表示されることはなくなる。本項目は、ポイント生成部14が、出現させたポイントに応じて更新するため、広告スポンサーが値を変えることはできないようにする。。

【0063】

出現期間286は、本データにより管理されるバナー広告の出現期間を定める項目であり、広告スポンサーが設定することができる。ポイント配分表2852と出現期間286とを設定することにより、1日あたりのポイント出現回数とポイント出現度数が定まる。1日あたりのポイント出現回数とポイント出現度数も、広告スポンサーの確認のため表示するようにしてもよい。

【0064】

集中出現期間287は、例えばキャンペーン等に対応させ、広告スポンサーが上記の出現期間内の一定の期間に関しては、集中的にポイントを出現させたい場合に設定する項目である。本項目では、集中出現期間2871とその期間における出現ポイント数2872とを設定することができる。設定する出現ポイント数は、出現回数、出現割合、出現度数のいずれともすることができる。また、本項目を設定するか否かは広告スポンサーの任意である。本項目についても、集中出現期間における1日あたりのポイント出現回数とポイント出現度数を、広告スポンサーの確認のため表示するようにしてもよい。

【0065】

有効期限288は、付与したポイントを利用できる期間を設定可能な項目である。特殊なキャンペーン施策等により、有効期限付きのポイントを付与したい場合に設定する。本項目を設定するか否かは広告スポンサーの任意である。設定しない場合は、付与するポイントに有効期限はないものとする。

【0066】

ユーザ情報289は、ユーザの属性に応じて、ポイントの出現状況をコントロールしたい場合に設定する項目である。例えば、ユーザ登録情報ファイル22に記録されているユーザの個人情報、例えば、年齢、性別、嗜好等を設定すること

により、該当するユーザに対して集中的にポイントを表示させることが可能となる。本項目についても、広告スポンサーが任意に設定することができる。

【0067】

このように、ポイント生成部14は、スポンサーポイント管理ファイル28を参照すれば、ある1日について、表示すべきポイントの度数と出現回数を求めることができる。そして、その日にすでに表示させたポイントの度数と回数とから、ある時点における表示可能なポイントの度数の一覧を作成することができる。

【0068】

以上、本サイトで提供されるポイントの管理方法について説明した。なお、広告スポンサーはポイントを制御するための情報について確認・変更することができる。このための処理は、例えば以下に示すようにWebページ上で行うことができる。

【0069】

Web制御部11は、図示しない管理用のWebページ上で、広告スポンサーからのスポンサーポイント管理データ280表示要求を受付けると、スポンサーIDとバナーIDとをキーにして、該当するスポンサーポイント管理データ280を抽出する。そして抽出されたデータを広告スポンサーが利用する端末コンピュータ30の表示装置に表示させる。広告スポンサーが変更可能な項目の値を変更すると、Web制御部11は入出力制御部13を介してその情報を受け取る。そして、ポイント生成部14が、該当するスポンサーポイント管理データ280の情報を書きかえる。

【0070】

(ユーザ認証処理)

次に、ユーザの端末コンピュータ30からのアクセス要求を受付けたときのサーバシステム10の具体的な処理について説明する。

【0071】

本実施の形態において、ユーザが広告スペース提供者が開設するWebサイトにアクセスして、Webページを閲覧するためには、あらかじめユーザ登録を済ませておく必要がある。Webサイトで獲得可能なポイントをユーザ毎に管理す

るからである。ただし、未登録ユーザにも閲覧を許可するようにしてもよい。この場合は、未登録ユーザをポイントの付与対象から除外することにより、ポイントのユーザ毎管理が可能となる。

【 0 0 7 2 】

既に登録を済ませたユーザに対し、本サイトへのアクセスを許可するときの認証処理について説明する。図 7 は本処理を説明するフローチャートである。なお、未登録のユーザは、図示しない登録ページを表示させ、氏名、メールアドレス、住所等の項目を入力することによりユーザ登録を行うことができる。これらの情報はユーザ登録情報ファイル 2 2 に記録される。

【 0 0 7 3 】

本サイトにアクセスを希望する登録ユーザは、図 8 に一例を示すような入口ページ 3 1 0 において、ユーザ ID 3 1 1 とパスワード 3 1 2 とを入力することができる。入力後、OK ボタン 3 1 3 をクリックすると、入力されたユーザ ID とパスワードとが、サーバシステム 1 0 に送信される (S 1 0 1)。

【 0 0 7 4 】

ユーザ ID とパスワードとを受付けたサーバシステム 1 0 の Web 制御部 1 1 は、ユーザデータ管理部 1 2 を用いて、ユーザ登録情報ファイル 2 2 から、受付けたユーザ ID と一致する登録ユーザデータを検索し (S 1 0 2)、受付けたユーザ ID が登録ユーザファイルに存在するかどうかを判断する (S 1 0 3)。

【 0 0 7 5 】

受付けたユーザ ID が登録ユーザファイルに存在しない場合は、「未登録なので登録をしてください」という旨の表示を端末コンピュータ 3 0 の表示装置に表示する (S 1 0 4)。ただし、未登録ユーザとしてアクセスを許可するようにしてもよい。

【 0 0 7 6 】

受付けたユーザ ID が登録ユーザファイルに存在している場合は、抽出された登録ユーザデータに記録されているパスワードと、受付けたパスワードとが一致するかを判定する (S 1 0 5)。この結果、一致している場合は、本サイトへのアクセスを許可するものとして認証処理を終了する (S 1 0 6)。

【0077】

一方、抽出されたユーザデータに記録されているパスワードと、受付けたパスワードとが一致しない場合は、「パスワードが不正です」(S107)という旨の表示を端末コンピュータ30の表示装置に表示した後、再び入口ページ310を表示し、再度ユーザIDとパスワードの入力を促す。

【0078】

(ユーザ切り分け処理)

次に、ユーザIDとパスワードの入力によって認証処理を終えたユーザに対し、Web制御部11は、ポイント対象ユーザ／ポイント非対象ユーザの切り分け処理を行う。この切り分け処理は、以下に示すような条件を判断することにより行われる。図9は本処理を説明するフローチャートである。

【0079】

ところで、このユーザの切り分け処理は、主としてサーバシステム10の負荷を制御する目的で行われる。すなわち、ポイントを管理するためには、ユーザのサイト内でのログ状況を管理しなければならないが、全ユーザに対してこのログ管理を行うと、サーバシステム10への負荷が過大なものとなる可能性がある。そこで、ログ状況の管理を行うユーザと、ログ状況の管理を行わないユーザ、すなわちポイント対象ユーザとポイント非対象ユーザとを、認証処理後に切り分けることにより、その後のサーバシステム10への負荷を制御するものである。

【0080】

Web制御部11は、まず、第1の切り分け条件である規定期間内での同一ユーザのアクセス回数に基づいた切り分けを行う(S201)。これは、サーバシステム10の負荷制御の目的に加え、規定期間内に所定の回数以上アクセスしたユーザはポイント非対象ユーザに区分けする目的のために行うものである。すなわち、ポイント取得目的に、短期間に集中的にアクセスを行うユーザに対する過剰なポイント付与を回避するためである。

【0081】

規定期間は、例えば、2時間あるいは24時間等とすることができ、所定の回数は例えば3回等とすることができる。これらの設定値は、サイトへのアクセス

状況に応じて自動に、あるいは、広告スペース提供者、広告スポンサーが手動で変更することができる。

【0082】

Web制御部11は、所定期間内のアクセスログ状況を、直近ログファイル27で管理している。ユーザのアクセスを受付けると、そのユーザIDとアクセス時刻とを直近ログファイル27に記録する。一方、記録後、定められた期間が経過したユーザIDとアクセス時刻の記録は消去する。この結果、現時点から、規定期間以内にサイトを訪れたユーザのユーザIDが、直近ログファイル27に記録されていることになる。

【0083】

規定期間内での同一ユーザのアクセス回数に基づく条件による切り分けは以下のように行う。

【0084】

Web制御部11は、認証処理時に受付けたユーザーIDと一致するユーザーIDデータを直近ログファイル27から抽出する。そして、抽出されたデータの個数が規定された個数以上であれば、そのユーザをポイント非対象ユーザ(S205)に区分けする。一方、データ抽出されない場合および抽出されたデータの個数が規定された個数未満であれば、第2の切り分け条件であるポイント原資による切り分け処理(S202)を行う。このような処理(S201)を行うことにより、規定期間内に規定回数以上アクセスしたユーザをポイント非対象に切り分けることができる。

【0085】

次に、第2の切り分け条件であるポイント原資によるユーザの切り分け処理(S202)について説明する。ポイント原資による切り分けは、広告スポンサーの出資によるポイントの残数に基づいてユーザを切り分ける。

【0086】

前述のように、ポイント生成部14は、スポンサーポイント管理ファイル28で、1日あたりのポイント出現回数を設定している。一方、アクセス管理用ファイル29では、本Webサイトのアクセス状況の履歴を管理している。Web制

御部 1 1 は、この履歴に基づいてユーザの 1 日あたりのアクセス回数を予測することができる。また、このアクセス回数予測値に対して、広告スポンサーがキャンペーン等の状況を鑑みてアクセス回数予測値を調整できるようにしてもよい。

【 0 0 8 7 】

Web 制御部 1 1 は、このポイント出現回数とアクセス回数予測値との比を用いてユーザの切り分けを行う。すなわち、例えば、ある日においてポイント出現回数が 1 0 0 回で、アクセス回数予測値が 4 0 0 アクセスであるとする、全アクセス回数に対する 2 5 % の回数に対応するユーザに対して、次の切り分け処理であるその他の条件による処理 (S 2 0 3) を行い、残りのユーザをポイント非対象ユーザ (S 2 0 5) に切り分けることとなる。このとき 2 5 % の回数に対応するユーザの特定方法は任意である。たとえば、連続する 4 回のアクセスに対してランダムに 1 回のアクセスを抽出し、そのアクセスに対応するユーザとすることができる。また、先着の 1 0 0 アクセスに対応するユーザとすることもできる。本処理により、本サイトにアクセスしたユーザは上記の確率に基づいて、切り分けられることとなる。

【 0 0 8 8 】

Web 制御部 1 1 は、規定期間内での同一ユーザのアクセス回数に基づいた切り分け (S 2 0 1) およびポイント原資によるユーザの切り分け (S 2 0 2) 以外にも種々の条件をもとにユーザの切り分け処理 (S 2 0 3) を行うことができる。例えば、ポイント対象となるユーザの確率が法律・条例等により規制される場合には、その規制をクリアするような確率条件を基にユーザの切り分け処理を行うことができる。この条件を満たすユーザが最終的にポイント対象ユーザとなる (S 2 0 4) 。

【 0 0 8 9 】

以上、ポイント対象ユーザ／ポイント非対象ユーザの切り分け処理について説明した。なお、これらの切り分け条件による切り分け処理の順序は可変であり、組み合わせも任意である。例えば、第 3 の条件であるその他の条件による切り分け処理 (S 2 0 3) については判断を行わず、第 1 と第 2 の条件を満たすすべてのユーザをポイント対象ユーザ (S 2 0 4) とすることができる。

【 0 0 9 0 】

(メニューページ表示処理)

ユーザの切り分け処理を終えると、Web制御部11は、端末コンピュータ30の表示装置に、メニューページを表示させる。上述のようにメニューページには、ポイント付きメニューページ340と、ノーマルメニューページ350とがある。そして、上述のユーザ切り分け処理によりポイント対象に区分けされたユーザに対しては、ポイント対象ユーザとなったことを通知するページ320を表示させた後、ポイント付きメニューページ340を表示させる。一方、ポイント非対象に区分けされたユーザに対しては、ポイント非対象ユーザとなったことを通知するページ330を表示させた後、ノーマルメニューページ350を表示させる。

【 0 0 9 1 】

このとき、ポイント対象ユーザとなったことを通知するページ320には、例えば「777」のように同一の数字が並んだ表示をし、ポイント非対象ユーザとなったことを通知するページ320には、例えば「735」のようにばらばらの数字が並んだ表示をして、あたかもポイント対象と非対象の切り分けがスロットマシンで行われたような雰囲気醸し出し、ユーザ切り分け処理にゲーム性を持たせることができる。

【 0 0 9 2 】

図10は、ノーマルメニューページ350の一例を示す図である。本図においてノーマルメニューページ350は、各種コンテンツのWebページに移行するためのメニューボタン群351と、バナー広告が表示されたバナー広告群352と、ショッピングモールページに移行するためのショッピングボタン353とが配置されている。

【 0 0 9 3 】

図11は、ポイント付きメニューページ340の一例を示す図である。本図においてポイント付きメニューページ340は、各種コンテンツのWebページに移行するためのメニューボタン群341と、バナー広告にポイントが表示されたポイント付きバナー広告群342と、ショッピングモールページに移行するため

のショッピングボタン 343 とが配置されている。

【0094】

(ポイント生成処理)

ポイント付きメニューページ 340 のバナー広告に表示するポイントを生成する処理について説明する。バナー広告に表示するポイントの配分は前述のように広告スポンサーがコントロールすることができる。しかし、ユーザ毎に実際に表示させるポイントの度数については、以下に示すような処理により、バナー広告の表示毎に生成される。

【0095】

表示するポイントは、スポンサーポイント管理ファイル 28 に設定されたポイント度数 28521 とその出現回数 28522 と出現済み 28522、および、ユーザの個別情報に基づいて生成される。ユーザの個別情報としては、ユーザの総獲得ポイント数、1つのバナー広告に対する獲得ポイント数、一つのバナー広告に対する一定期間内の獲得ポイント数、購入履歴等がある。これらの情報は、ポイント管理ファイル 21 等に記録されている。また、ユーザ登録情報ファイル 22 に、ユーザの年齢、性別、嗜好等が記録されている場合には、これらの情報にも基づいてポイントを生成することができる。これらの情報をポイント変動要因と称する。

【0096】

まず、ポイント生成部 14 は、スポンサーポイント管理ファイル 28 を参照して、バナー広告で表示可能なポイントの度数の一覧を作成する。そして、ポイント変動要因に基づいて、表示可能なポイント度数の一覧の中から表示すべきポイントの度数を決定する。

【0097】

ポイント変動要因によりポイントを生成する方法については任意であるが、例えば、適用する変動要因に関するポイント変動ルールを設け、スポンサーポイント管理ファイル 28 中に、あるいは、スポンサーポイント管理ファイル 28 と関連付けて記憶させておく。ポイント生成部 14 は、そのルールを参照してポイントを生成するようにすることができる。一つのバナー広告に対する獲得ポイント

を変動要因として、ルールを作成した場合を例にこのときの処理について説明する。

【0098】

図12は、一つのパナー広告に対する獲得ポイント数についてのポイント変動ルールのイメージを示した図である。本図において横軸は一つのパナー広告に対する獲得ポイント数で、縦軸は表示ポイント度数の相対値である。ここで表示ポイント度数の相対値は、表示可能なポイント度数と関連付ける値であり、例えば「表示可能なポイント度数のうち最も大きい度数」、「3番目に大きい度数」といった意味を持たせることができる。本図においては5段階に区分している。本ルールが示す線は獲得ポイント数が多くなるにしたがって表示ポイント度数が段階的に減っていく様子をあらわしている。例えば、獲得ポイント数が20以下のときは表示可能なポイントのうち最も高いポイントが表示され、以下、獲得ポイントが増えるにつれ、表示されるポイントが段階的に低くなっていく。そして、獲得ポイントが100を超えると、そのパナー広告についてのポイントは表示されなくなる。このように本例では、ポイント生成部14は、ポイント変動ルールと、表示可能なポイント度数の一覧とから表示するポイントの度数を生成する。

【0099】

したがって、あるユーザが最初にパナー広告を表示させたときには、ポイント配分表2852に定められている度数28521のうち、高いポイント度数が表示されるが、同一のパナー広告について何度も表示させると徐々に表示ポイント、すなわち獲得ポイントが減っていくことになる。そして、そのユーザに対するポイント表示の減少分を、まだあまりポイントを獲得していない他のユーザに割り振ることにより、同一の広告スポンサーが提供するポイントをより広いユーザ層に対して付与することが可能となる。

【0100】

表示させたポイントについては、ユーザがパナーをクリックすることにより、ユーザが獲得することになる。ポイント生成部14は、スポンサーポイント管理ファイル28中の該当するパナー広告データに記録されている出現済み2854およびポイント残数2853を書きかえる。

【0101】

次に、ユーザ情報を変動要因とした場合を例にする。例えば、スポンサーポイント管理データ280のユーザ情報289に10歳代でゲームが趣味という旨の情報が記録されているとする。ポイント生成部14は、ユーザ登録情報ファイル22を参照して登録ユーザの年齢と嗜好に関する情報を調べる。そして、ポイント対象となっているユーザが10代でゲームが趣味であることが記録されていれば、ポイント配分表285に設定されているポイント度数の中から高いポイント度数を表示させるようにする。このようにすることにより、ユーザ層を絞った広告戦略を行うことが可能となる。

【0102】

他の変動要因についても同様にポイントをコントロールして生成することができる。また、複数の変動要因を組合せたポイント変動ルールとすることもできる。なお、変動要因の調節は、スポンサーポイント管理データ280の変更と同様にして広告スポンサーが行うことができる。また、広告スペース提供者が行えるようにしてもよい。

【0103】

以上、ポイント付きメニューページ340のバナー広告に表示するポイントを生成する処理について説明した。

【0104】

ここで、ポイント付きメニューページ340に掲載するポイントバナー広告ファイル23と、ノーマルメニューページ350に掲載するノーマルバナー広告ファイル24とは、別々の記憶装置上に設けるものとする。本ページには、スポンサー出資の代償としてのバナー広告を掲載することとなっているが、記憶装置の不調等からバナー広告が掲載されない事態が生ずると、広告スペース提供者の信用が低下するおそれがある。そのため、一方の記憶装置の不調等の際にも、一時的に他方の記憶装置に格納されたバナー広告ファイルを利用できるようにしておくものである。

【0105】

このため、Web制御部11は、それぞれのファイルが記録された記憶装置の

稼働状況を監視しており、一方の記憶装置の稼働が停止等した場合には、即座に他方の記憶装置を用いてバナー広告を生成させるようになっている。すなわち、ポイントバナー広告ファイル 2 3 とノーマルバナー広告ファイル 2 4 とに記憶されているバナー広告生成するイメージデータであって、同一の広告スポンサーに係るイメージデータを互いに関連付けておくようにする。

【 0 1 0 6 】

(ポイント管理処理)

上述のようにユーザは、ポイントが付されたバナー広告をクリックすることにより、表示されたポイント獲得することができる。

【 0 1 0 7 】

このとき、Web 制御部 1 1 は以下の処理により、ユーザに付与したポイントを管理する。

【 0 1 0 8 】

ポイントが表示されたバナー広告のクリックを受付けると、Web 制御部 1 1 は、表示されているポイント度数とそのポイントに関する情報とをポイント管理ファイル 2 1 に記録する。

【 0 1 0 9 】

図 1 3 は、前述のようにポイント管理ファイル 2 1 に記録されるポイント管理データ 2 1 0 のデータ構成の一例を示す図である。

【 0 1 1 0 】

本図においてポイント数 2 1 1 は、獲得したポイント数を記録する。スポンサー ID 2 1 2 は、ポイントを提供した広告スポンサーを識別するためのスポンサー ID を記録する。バナー広告 ID 2 1 3 は、ポイントが表示されていたバナー広告を識別するためのバナー広告 ID を記録する。ユーザ ID 2 1 4 は、ポイントを獲得したユーザのユーザ ID を記録する。ポイント獲得日 2 1 5 は、ポイントを獲得した日付を記録する。ポイント有効期限 2 1 6 は、獲得したポイントが有効期限が定められたものであった場合に、その有効期限の日付を記録する。なお、ポイントの有効期限は上述のようにスポンサーポイント管理データ 2 8 0 の有効期限 2 8 8 で設定することができる。

【 0 1 1 1 】

このように、ユーザが獲得したポイントは、そのポイントを提供したスポンサーの識別情報が付加され、記録される。広告スポンサーは、その識別情報をキーに、提供したポイントがどのように使用されるかを把握することができる。

【 0 1 1 2 】

(ポイント使用)

次に、広告スペース提供者が本サイトにおいて開設するショッピングモールでのポイント使用について説明する。

【 0 1 1 3 】

Web制御部11は、ポイント付きメニューページ340あるいはノーマルメニューページ350のショッピングボタンのクリックを受付けると、図6に一例を示すようなショッピングモール400を表示させる。

【 0 1 1 4 】

ユーザは、ショッピングモールで購入希望の商品が掲載されているWebページを閲覧することができ、特定商品の指定を行うことにより購入手続を行うことができる。商品が掲載されたWebページの閲覧、商品の指定、支払方法の指定、決済等の手続においては、通常のショッピングモールと同様であるので説明は省略する。

【 0 1 1 5 】

Web制御部11は、ショッピングモールで商品の指定を受けつけた後に、購入手続の一部として、図14に一例を示すようなポイント利用手続ページ410を、端末コンピュータ30の表示装置に表示させる。なお、本ページは、ポイントを保有しているユーザを対象に表示させるようにしてもよい。

【 0 1 1 6 】

本図においてポイント利用手続ページ410には、ポイントが利用できる旨およびポイントの割引額への換算方法についての説明を表示する欄411と、指定した商品の購入金額を表示する欄412と、ユーザが獲得しているポイントの残高を表示する欄413と、ポイントを利用しない旨の指定を行う欄414と、ポイントを利用する旨の指定と利用度数とを入力する欄415と、購入を実行する

購入ボタン416とが配置される。ここで、ユーザが獲得しているポイントの残高は、ポイント管理ファイル21を参照し、ユーザID214をキーに獲得ポイントを抽出し、その総計を算出して表示する。

【0117】

ユーザの入力により、ポイントを利用しない旨の指定を受付けると、Web制御部11は、購入金額を表示する欄412に表示されている金額により決済処理を行う。

【0118】

一方、ユーザの入力により、ポイントを利用する旨と利用度数の指定を受付けると、Web制御部11は、購入金額を表示する欄412に表示されている金額から、利用ポイント度数を金額に換算した額を減じた金額により決済を行う。

【0119】

そして、利用したポイント分に対応するポイントデータをポイント管理ファイル21から消去する。なお、ポイント管理データ210に使用済みのフラグ領域を設け、利用したポイント分に対応するポイントデータの使用済みのフラグにマークをつけるようにしてもよい。

【0120】

このように、本サイトにおいては、広告スポンサーの出資に基づくポイントを使用することにより、広告スペース提供者が開設するショッピングモールでの購入代金がディスカウントされる。この仕組みを導入することにより、広告スペース提供者は、割引額を負担することなく、購入代金の割引によるユーザの購入のインセンティブを引き出すことができる。

【0121】

なお、ポイントは金額換算してディスカウントに利用する他にも、プレミアム商品等との交換等に利用することとしてもよい。

【0122】

(Thanks画面表示)

ポイントを利用した商品等の購入手続を完了すると、サーバシステム10は、端末コンピュータ30の表示装置に、Thanks画面360を表示させる。図

15はThanks画面360の一例を示す図である。本図において、Thanks画面360には、購入に対する感謝を表す文章と割引額を表示する欄361と、ポイントを提供したスポンサーのバナー広告を表示する欄362と、ポイントを提供したスポンサー名を表示する欄363と、提供ポイント数を表示する欄364とが配置される。

【0123】

なお、ユーザがポイントを利用する際に、ポイントを提供している広告スポンサーが複数存在している場合に、どの広告スポンサーから提供されたポイントを利用するかについては、いくつかの方法を用いることができる。

【0124】

例えば、時間的に先、もしくは後に獲得したポイントが順次、自動的に使用されるように設定することができる。あるいは、獲得済みのポイントを、提供した広告スポンサー情報とともに一覧表示させ、ユーザの利用ポイントの選択を受け付けるようにすることもできる。

【0125】

この結果、利用するポイントを提供した広告スポンサーが複数にわたる場合は、図16に一例を示すように、Thanks画面360にそれぞれの提供ポイント数とともにポイント提供スポンサーを表示する。本図において、Thanks画面360には、購入に対する感謝を表す文章と割引額を表示する欄361と、ポイントを提供した複数のスポンサーのバナー広告を表示する欄365と、ポイントを提供した複数のスポンサー名を表示する欄366と、複数の提供ポイント数を表示する欄367とが配置される。

【0126】

このように、ポイント利用時に、そのポイントを提供した広告スポンサーの名称等を表示することにより、広告スポンサーにとって、本サイトにおける広告効果をさらに高めることができる。

【0127】

【発明の効果】

上記のように本発明によれば、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを、

より広いユーザを対象に付与することができる。

【 0 1 2 8 】

また、本発明によれば、広告閲覧のインセンティブとなるポイントを、より効果的に表示し、広告効果を高めることができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】 本実施の形態の全体構成を説明するためのブロック図である。

【図 2】 サーバシステム 1 0 の構成を説明するためのブロック図である。

【図 3】 ユーザ登録情報ファイル 2 2 に記録される登録ユーザデータ 2 2 0 の構成の一例を示す図である。

【図 4】 直近ログファイル 2 7 に記録される直近ログデータ 2 7 0 の構成の一例を示す図である。

【図 5】 スポンサーポイント管理ファイル 2 8 に記録されるスポンサーポイント管理データ 2 8 0 の構成の一例を示す図である。

【図 6】 広告スペース提供者が開設する Web サイトにおける Web ページの遷移について説明するための図である。

【図 7】 Web サイトへのアクセスを許可するときの認証処理について説明するためのフロー図である。

【図 8】 Web サイトの入口ページの一例を説明するための図である。

【図 9】 ポイント対象ユーザ／ポイント非対象ユーザの切り分け処理を説明するためのフロー図である。

【図 1 0】 ノーマルメニューページ 3 5 0 の一例を説明するための図である。

【図 1 1】 ポイント付きメニューページ 3 4 0 の一例を説明するための図である。

【図 1 2】 一つのバナー広告に対する獲得ポイント数についてのポイント変動ルールのイメージを説明するための図である。

【図 1 3】 ポイント管理ファイル 2 1 で管理される獲得ポイントデータ 2 1 0 の構成の一例を示す図である。

【図 1 4】 ポイント利用手続ページ 4 1 0 の一例を説明するための図である。

【図 1 5】 T h a n k s 画面 3 6 0 の一例を説明するための図である。

【図16】 Thanks画面360の別例を説明するための図である。

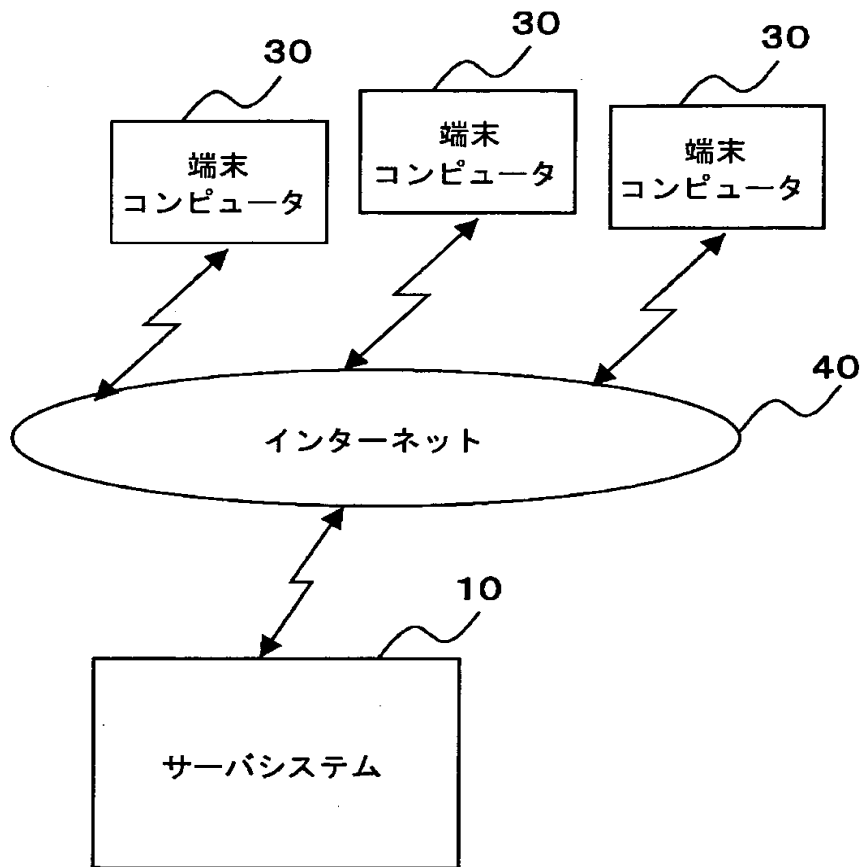
【符号の説明】

10…サーバシステム、30…端末コンピュータ、40…インターネット、11…Web制御手段、12…ユーザデータ管理手段、13…入出力制御手段、14…ポイント生成手段、21…ポイント管理ファイル、22…ユーザ登録情報ファイル、23…ポイントバナー広告ファイル、24…ノーマルバナー広告ファイル、25…ショッピングモール情報ファイル、26…コンテンツファイル、27…直近ログファイル、28…スポンサーポイント管理ファイル、29…アクセス管理用ファイル、310…入口ページ、320…ポイント対象ページ、330…ポイント非対象ページ、340…ポイント付メニューページ、350…ノーマルメニューページ、360…スポンサーThanks画面ページ、400…ショッピングモールページ、410…スポンサーサイト

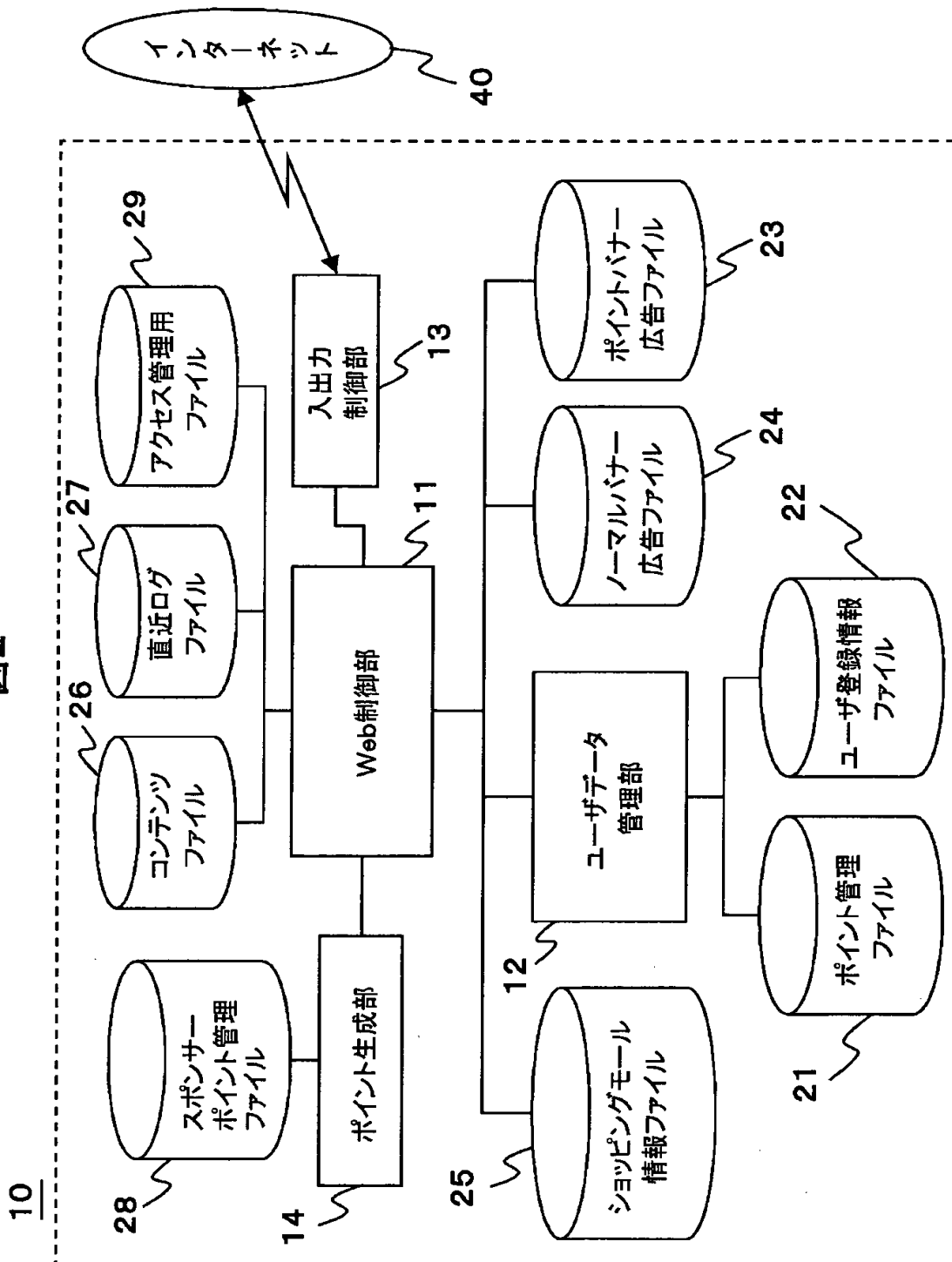
【書類名】 図面

【図 1】

図 1

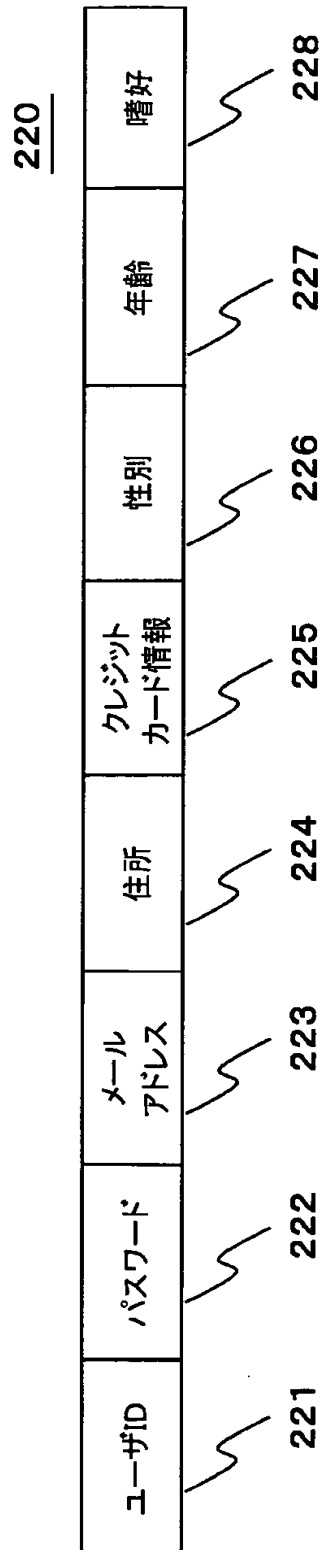


【図 2】



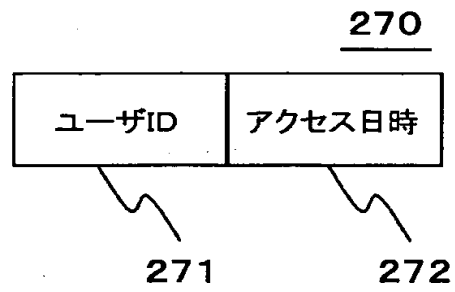
【図 3】

図 3



【図 4】

図 4



【図 5】

図5

280

281

スポンサーID

282

バナーID

283

バナー名称

284

バナーデータ名

285

2851

ポイント総数

27,000

2852

ポイント配分

2853

ポイント残数

16,700

度数	出現回数	出現済み
0	3,000	1,000
1	2,000	800
5	1,500	500
10	1,000	400
15	500	200

28521

28522

28523

286

出現期間

287

集中出現期間

期間	*****
ポイント数	*****

2871

2872

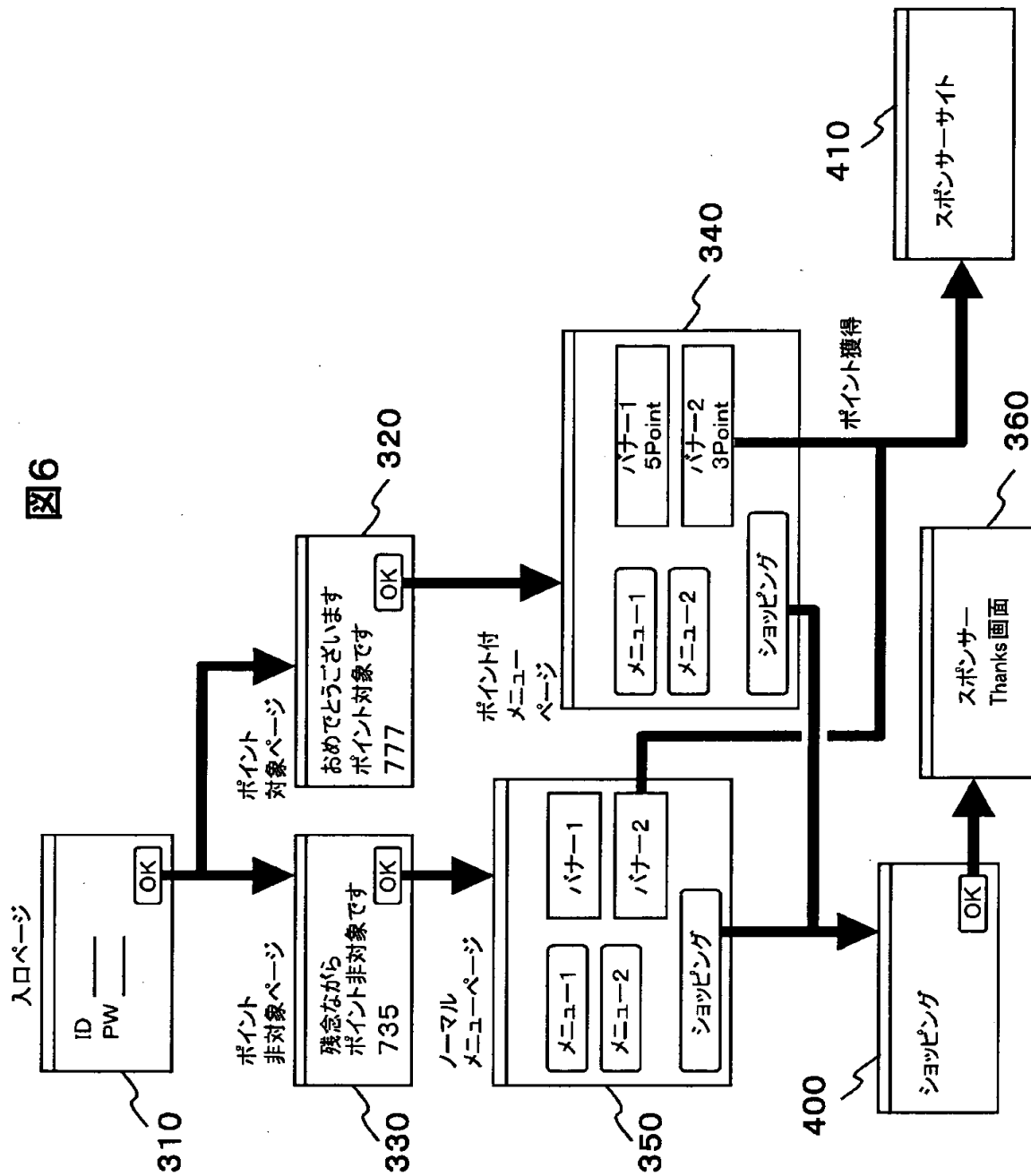
288

有効期限

289

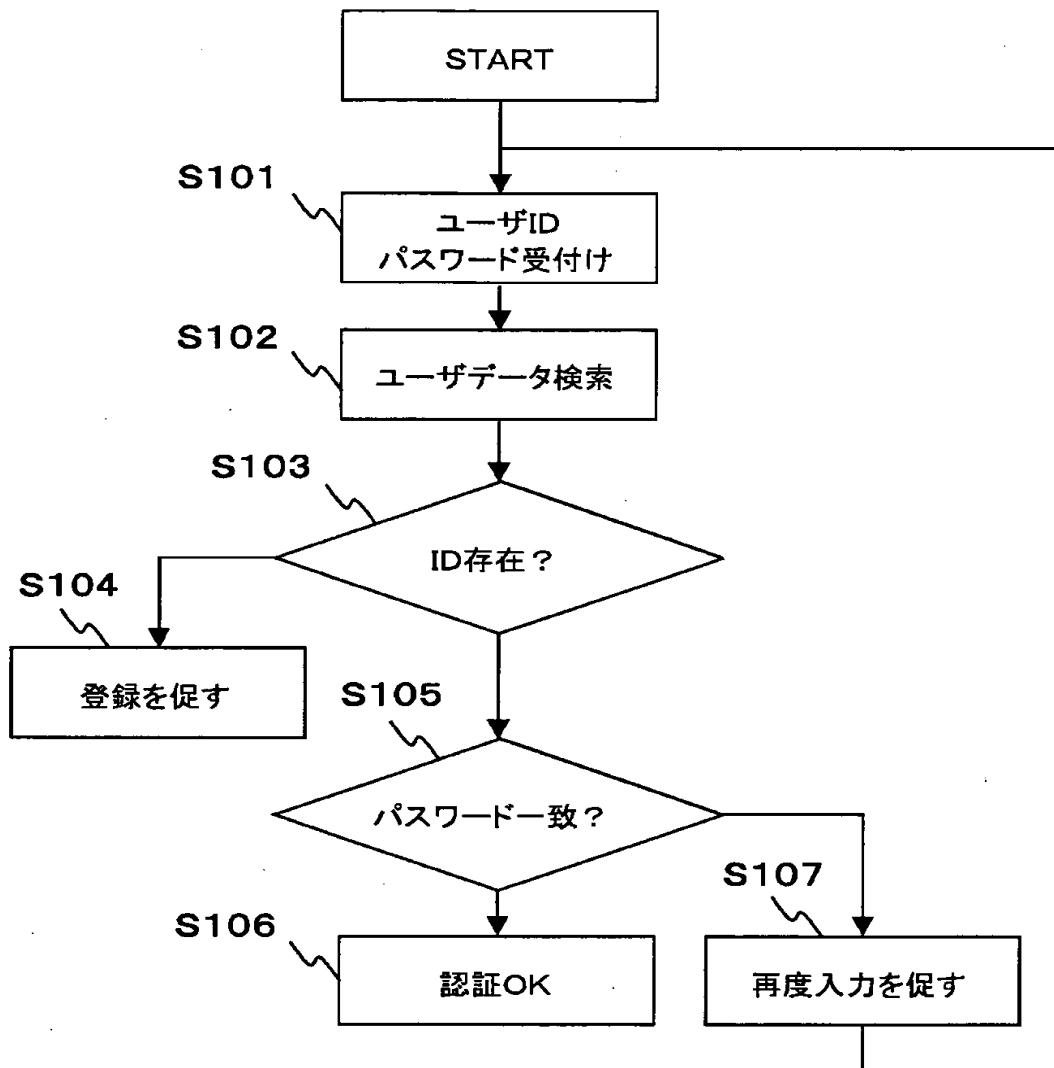
ユーザ情報

【図 6】



【図7】

図7



【図 8】

図 8

310

Web入口ページ

ユーザIDとパスワードを入力してください

ユーザID : _____

パスワード : _____

OK

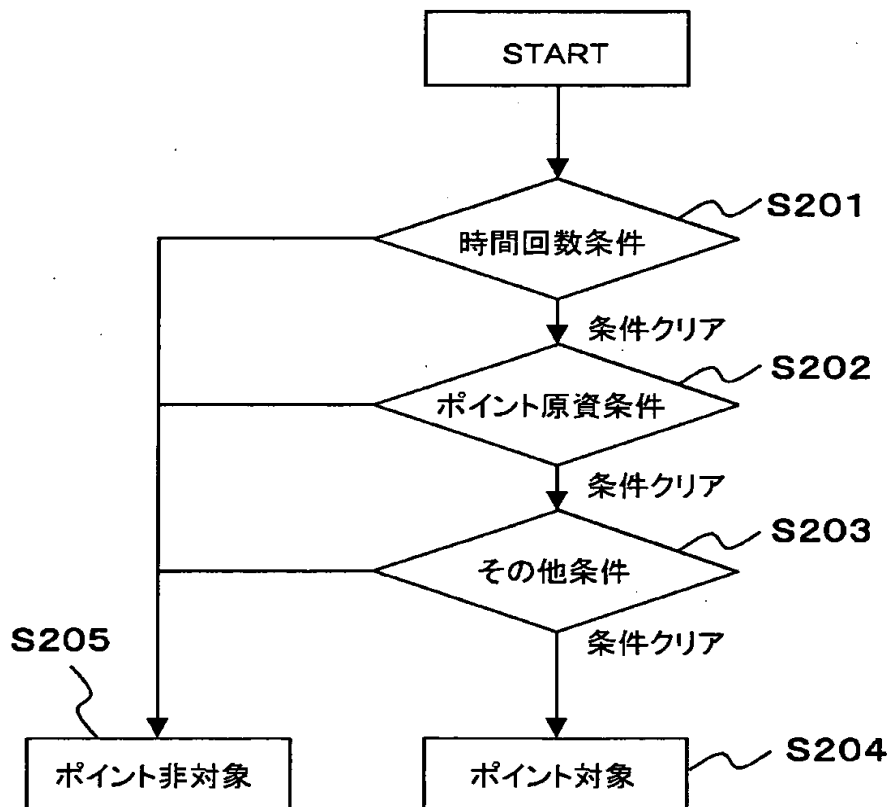
311

312

313

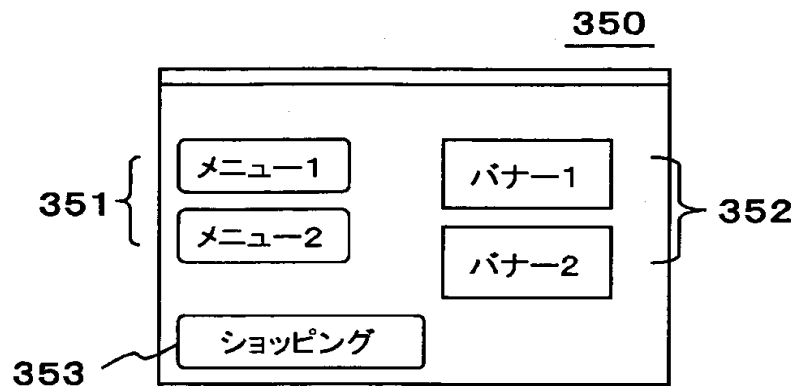
【図 9】

図 9



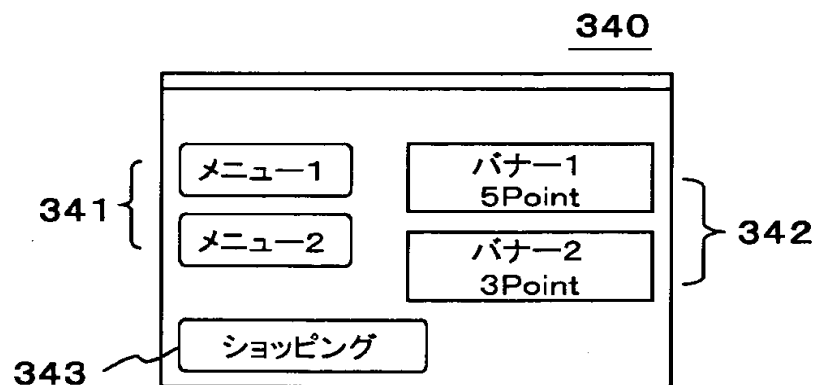
【図10】

図10



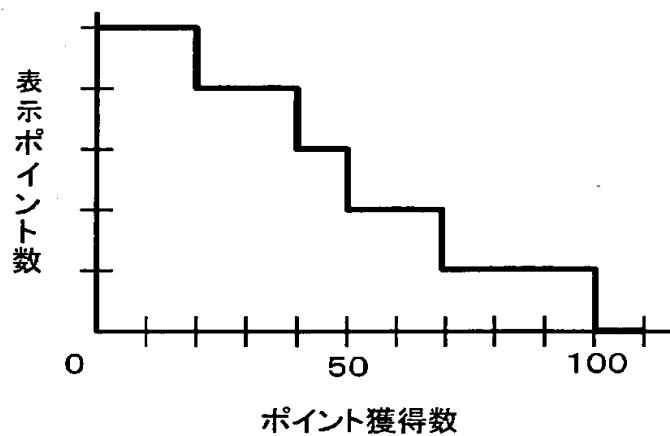
【図11】

図11



【図 1 2】

図12



【図 13】

図13

210					
ポイント数	スポンサー ID	バナー広告 ID	ユーザID	ポイント 獲得日	ポイント 有効期限
211	212	213	214	215	216

【図 14】

図 14

410

ポイントが利用できます。
○ポイントについて△円ディスカウントします。

購入金額 ****円

**ポイント利用可能です

○ポイント利用しない
○ _____ポイント利用する

購入

411

412

413

414

415

416

【図 15】

図 15

360

購入ありがとうございます
今回の購入金額は下記のスポンサーからの
ポイント提供により〇〇円ディスカウントしました

バナー広告	スポンサー名	△ポイント

361

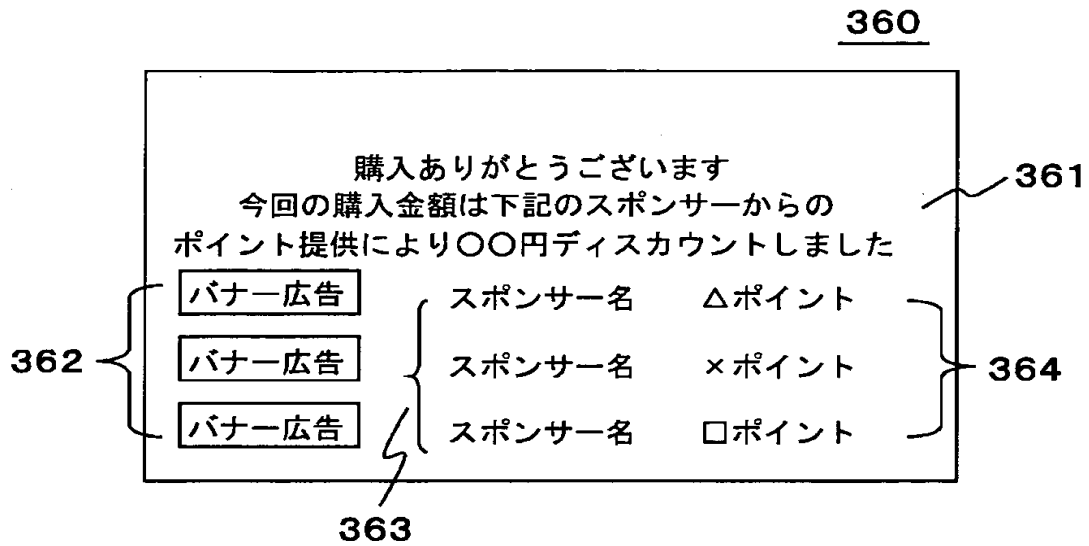
362

363

364

【図 1 6】

図16



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 広告閲覧のインセンティブとなるポイントを、より広いユーザを対象に付与する。

【解決手段】 Webサイトにおいて、利用する量に応じたサービスの提供を受けることができるポイントを付与するサーバ装置 1 0 は、ネットワーク手段 1 3 と、スポンサーの出資に基づくポイント数等を記憶するファイル 2 8 と、バナー広告を記憶するファイル 2 3、2 4 と、バナー広告に表示するポイント数を決定するポイント生成部 1 4 と、ポイント数を付したバナー広告をWebページに表示させるWeb制御部 1 1 と、ユーザが獲得したポイント数およびユーザの個人情報を管理するユーザデータ管理部 1 2 とを備える。本装置 1 0 は、ユーザが獲得したポイント数あるいはユーザの個人情報を参照して、バナー広告に表示するポイント数を決定する。

【選択図】 図 2

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [395015319]

1. 変更年月日 1997年 3月31日

[変更理由] 住所変更

住 所 東京都港区赤坂7-1-1

氏 名 株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [391027310]

1. 変更年月日 1997年 4月 7日

[変更理由] 住所変更

住 所 東京都新宿区市谷本村町1-1 住友市ヶ谷ビル
氏 名 株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーションズ